

**DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
BASADA EN LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO DE SOFTWARE HOTELERO
“HOTEL CHECK SYSTEM”, EN EL DEPARTAMENTO DE RISARALDA.**

**RUBY ESTEFANY MARIN GUTIERREZ
JUAN MANUEL MARIN RESTREPO**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
ADMINISTRACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE
PEREIRA / RISARALDA
12 / JUNIO / 2020**

**DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
BASADA EN LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO DE SOFTWARE HOTELERO
“HOTEL CHECK SYSTEM”, EN EL DEPARTAMENTO DE RISARALDA.**

**RUBY ESTEFANY MARIN GUTIERREZ
JUAN MANUEL MARIN RESTREPO**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:
PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE**

CARMEN ALVIRIA MARQUEZ CASTAÑO
Directora de tesis
PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
ADMINISTRACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE
PEREIRA / RISARALDA**

12 / JUNIO / 2020

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Pereira, Junio de 2020.

A mi madre por su apoyo incondicional y cumplir la función de padre al mismo tiempo, por su amor y sus consejos a lo largo de mi vida, por acompañarme hasta el final de mis metas y por ser signo de admiración para mí,

A todas aquellas personas que forman parte de mi vida y de una u otra manera me han brindado su apoyo y comprensión.

Ruby Estefany Marín Gutiérrez.

En primer lugar, quiero agradecer a mi hijo, Dante Marín Henao, por ser aquella motivación que siempre he tenido para seguir enfrentándome al arduo camino de la vida, gracias pequeño, sin ti mi vida no sería lo mismo, te amo.

A mis padres, Claudia Lorena Restrepo y Hugo Marín, primordialmente por darme la vida y ayudar a cumplir con esta etapa de la misma, gracias por ser mi apoyo incondicional y emocional en cada instante de mi vida, gracias por ayudarme a ser la persona que soy, sin ustedes no estaría aquí, y por ustedes hago esto.

Gracias a Carlos Corrales y Liliana Corrales, ya que sin su apoyo no hubiera logrado cumplir mis propósitos en cuanto a mi educación institucional, de verdad, gracias, ustedes son han sido parte fundamental de este proceso.

Gracias a mi abuela Miryam Galvis, quien es mi segunda madre, a mi pareja Indira Henao, a mi tía Sandra Galvis, a mi tía Luz Valencia, a mi tía Alba Valencia y además parientes y amigos que de una u otra manera se han visto involucrados en mi vida universitaria, gracias por ser un apoyo esencial, tanto emocional como formativo, realmente, gracias por todo.

No puedo dejar a aquellos seres que estuvieron a mi lado durante tantas noches de desvelo, estrés y frustración que llevaron a este momento, gracias Tony, Negro, Niña, Misi y Aurelio, pequeñas bolas de pelo que me han acompañado en mi vida, y que de una u otra manera han sido un importante apoyo emocional, y que, aunque algunos ya no están, los sigo recordando y llevando en mi corazón.

Gracias a aquellas personas que ya no se encuentran con nosotros, gracias por dejar un recuerdo y una enseñanza en mi vida, especialmente a Darwin Hernando Silva, que más que un tío, fue un padre, que me guio y aconsejo en todos los años que estuvo a mi lado, Darwin, realmente gracias por todo, te extraño y te extrañare por siempre.

Gracias a esos primos que considero hermanos, Juan Guillermo Silva, Santiago Silva y Miguel Vargas.

Juan Manuel Marín Restrepo

AGRADECIMIENTOS

Agradecer a la Universidad Tecnológica de Pereira por ser nuestro segundo hogar, por ser aquel lugar en donde pasábamos horas aprendiendo, formándonos, desahogándonos y mayormente, aprendiendo a ser más humanos con cada experiencia adquirida.

Agradecer a la facultad de ciencias ambientales y a la escuela de turismo sostenible por su compañía durante este largo trayendo, así como a sus docentes, por ser aquellas personas que nos guiaron hasta el camino en el que nos encontramos hoy, gracias por enseñarnos sus experiencias y permitirlos hacer parte de su vida y de su mundo, gracias por instruirnos y corregirnos en aquellos momentos en los cuales nos equivocábamos, y más especialmente, gracias por ayudarnos a ser las personas que somos, realmente, GRACIAS.

Agradecer a aquellos compañeros y amigos con los cuales compartimos estos largos años de esfuerzo, gracias a ustedes que hicieron los momentos cansinos un poco más llevables, gracias por su apoyo y compañía en todo este proceso, gracias por sus consejos tanto en la vida académica, como en la vida personal, gracias por servir como un apoyo fundamental en todo este proceso.

Finalmente, gracias a las docentes Carmen Alviria Márquez y Astrid Lorena Ochoa, por ser nuestras docentes guías en el desarrollo de este proyecto, gracias por su apoyo, enseñanza y paciencia durante todo este proceso, realmente ustedes fueron una parte esencial de esto y sin su compañía y conocimiento, no hubiéramos podido lograrlo.

¡MUCHAS GRACIAS!

CONTENIDO

	Pág.
LISTA DE ILUSTRACIONES	11
1. INTRODUCCIÓN	3
2. FORMULACION DEL PROBLEMA	4
3. JUSTIFICACIÓN	6
4. OBJETIVOS	7
4.1 OBJETIVO GENERAL	7
4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	7
5. MARCO TEORICO	8
6. MARCO SITUACIONAL	12
7. METODOLOGIA.....	17
Fase 1: Fuentes de información.....	17
Fase 2: Evaluación de las herramientas disponibles en el mercado.....	18
Fase 3. Elaboración del proyecto en un plan de negocios.....	18
Fase 4: Mecanismo de financiación.....	19
Fase 5: Conclusiones y recomendaciones:.....	19
8. PLAN DE NEGOCIOS	20
8.1 CONCEPTO DEL NEGOCIO	20
8.2. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	20
8.2.1 MÓDULO DE MERCADOS.....	21
8.2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	21
A. ANÁLISIS DEL SECTOR	21
B. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	21
8.2.3 MODELO DE NEGOCIO (LIENZO CANVA S Y EXPLICACIÓN)	24
8.2.4 MÓDULO DE OPERACIÓN.....	38
8.2.3.1 OPERACION	38
A. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO TURÍSTICO	38
B. FICHA GENERAL DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	40
C. FICHA TÉCNICA DE CADA PRODUCTO Y SERVICIO A OFRECER	42
8.2.4 MÓDULO DE ORGANIZACIÓN.....	44
8.2.4.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	44
8.2.4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	46

1. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES	47
GASTOS DE ARRANQUE.....	48
8.2.5 MÓDULO FINANCIERO.	49
8.2.5.1 INGRESOS	49
8.2.5.2 EGRESOS.....	51
8.2.5.3 PRECIO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	52
8.2.5.4 GANANCIAS	55
9. MECANISMOS DE FINANCIACIÓN.....	57
10. CONCLUSIONES	59
11. RECOMENDACIONES.....	61
12. BIBLIOGRAFÍA	62

LISTA DE TABLAS

	Pág
Tabla 1. Cuadro comparativo de PMS	14
Tabla 2. Cuadro comparativo de PMS	15
Tabla 3. Cuadro comparativo de PMS	16
Tabla 4. Análisis de la competencia.....	22
Tabla 5. Recursos Clave	30
Tabla 6. Actividades Clave.....	31
Tabla 7. Socios Clave	33
Tabla 8. Costos de inversión.....	34
Tabla 9. Costos Fijos Mensuales	35
Tabla 10. Ficha del producto.....	41
Tabla 11. Ficha técnica del soporte técnico	42
Tabla 12. Ficha técnica de servicios complementarios	43
Tabla 13. Matriz DOFA	44
Tabla 14. Gastos de arranque	48
Tabla 15. Recursos solicitados	49
Tabla 16. Aportes de los socios	49
Tabla 17. Ingresos anuales por venta.....	50
Tabla 18. Egresos anuales	51
Tabla 19. Precio productos y servicios	52
Tabla 20. Costos de suscripción básica.....	52
Tabla 21. Costos suscripción estándar	53
Tabla 22. Costo suscripción Premium	54
Tabla 23. Ganancias anuales	55
Tabla 24. Comparativa entre mecanismo de financiación.	58

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pag
Ilustración 1. Componentes del Plan de Negocios.....	9
Ilustración 2. Fases de un plan de negocios.....	11
Ilustración 3. Fases de la Metodología empleada en el proyecto	17
Ilustración 4. Modelo Lienzo Canvas	24
Ilustración 5. Logo Hotel Check System	27
Ilustración 6. Brochure publicitario.	28
Ilustración 7. Organigrama.....	46
Ilustración 8. Ingresos y egresos anuales.....	55
Ilustración 9. Ganancias anuales	56

1. INTRODUCCIÓN

El sector hotelero corresponde a brindar satisfacción a su huésped, la misma que si no es cumplida desencadena un disgusto por parte del cliente. Considerando que el alojamiento es un servicio básico en el mercado turístico, y que este se vuelve prioridad esencial para los visitantes de un lugar, se analizó la oportunidad de crear un producto que facilite la realización de las actividades internas de cualquier alojamiento.

El presente trabajo detalla la idea de negocio que da inicio del como suplir la necesidad del mercado hotelero, es por esto por lo que se propone la realización de un software o PMS que facilite el desarrollo de las actividades internas necesarias para el adecuado funcionamiento de la organización.

La creación y formulación de la idea de negocio se realiza a través del modelo Plan de Negocios y sus diferentes componentes, logrando una imagen más detallada del funcionamiento interno de la organización y de los requerimientos que esta necesita para llevar a cabo su realización.

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Hoy en día las empresas se desarrollan en un ambiente de constantes cambios, por este motivo es importante mantenerse en constante innovación para hacer frente al mercado.

En Colombia “...*“el cambio en la percepción del país fundamentado en el proceso de paz; mayor inversión extranjera y nuevas aerolíneas que han promovido la entrada en operación de más rutas y frecuencias” han favorecido el desarrollo del turismo en el país.*” (El tiempo - Viajar, 2019). Dando como resultado el aumento masivo de visitantes a el país. Durante el año 2019 “...*La Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco), reportó que la ocupación en los hoteles del país hasta noviembre llegó a 57,10 %, algo que no ocurría desde 2006, cuando la cifra ascendió a 56,40%, además superó el pronóstico del sector en 0,6 puntos... Según las estimaciones de Cotelco entre el 2020-2021 Colombia estrenará 34 proyectos y 3.866 habitaciones, lo que significa un incremento del 80%, respecto al año anterior cuanto se estrenaron 2.140 habitaciones con una inversión de 386.534 millones de pesos.*” (Portafolio, 2020).

Lo anterior da como resultado el aumento del sector hotelero en la región; dando paso a que, cada día, nuevos hoteles abran sus puertas al público, muchos de estos sin tener conocimiento o control básico sobre sus actividades internas, por este motivo, el sector hotelero debe estar en constante innovación interna que le permita agilizar sus procesos y actividades para prestar un mejor servicio.

Muchos hoteles no cuentan con un sistema que les permita gestionar la operación de manera ordenada y no tienen una base de datos de sus clientes, es por esto que cada EAH debería contar con un “Property System Management” que le permita minimizar constantes inconvenientes en operación, algunos de estos problemas pueden ser:

- ✓ Falta de control en la base de datos de los clientes asiduos.
- ✓ Perdida de información
- ✓ Datos de las tarjetas de crédito visible a todos los empleados
- ✓ Largas filas de espera para realizar check in, check out o alguna otra actividad en el área de recepción.

- ✓ Inconvenientes en las reversas, como lo pueden ser fechas erróneas, asignaciones equivocadas o huéspedes sin habitación.
- ✓ Sobreventa de habitaciones
- ✓ Retraso en la realización de tareas y actividades
- ✓ Deficiente manejo de las temporadas altas y bajas
- ✓ Falta de control en las estadísticas de ocupación
- ✓ Poco control en los consumos de los clientes
- ✓ Deficiente control de tiempos y movimientos
- ✓ Falencia en la comunicación laboral
- ✓ Bajo rendimiento laboral

Todos estos problemas, dan como resultado la mala prestación del servicio, lo que se ve reflejado en la inconformidad del cliente, recordando que, un huésped, igualmente es un medio publicitario, se le debe brindar un buen servicio, entregando, una atención diferencial y remarcable frente a la competencia laboral, así mismo, esto conlleva a la pérdida de clientes, dando como resultado la disminución de ingresos.

3. JUSTIFICACIÓN

Debido al incremento del turismo regional, el departamento de Risaralda se ha visto beneficiado al estar dentro del Paisaje Cultural Cafetero, PCC, *“para la temporada de fin de año, incluido el puente de Reyes (entre el 24 de diciembre de 2019 y el 6 de enero de 2020), la ocupación hotelera en Colombia llegó al 53,86 % a nivel nacional... A nivel de destinos, Risaralda, con 64,87 % ocupa del séptimo lugar entre los lugares elegidos por los visitantes durante la temporada”* (El diario , 2020).

El aumento de visitantes a Risaralda, ha generado una nueva oportunidad en la creación y aumento de empresas para el sector, entre estas, se encuentra el mercado hotelero, siendo uno de los servicios básicos requeridos por el turista.

Por tal razón, se propone la creación de “Hotel Check System” un PMS creado para el mercado hotelero presente en el departamento Risaraldense, herramienta con la cual se facilitan las tareas y actividades internas, viéndose reflejado en mejora durante la prestación del servicio, dando como resultado, mayor satisfacción del cliente, posicionando al departamento en la escala de competitividad turística y aportando al desarrollo del sector hotelero y turístico nacional.

De igual manera, los administradores de turismo, como lo es en este caso, se encuentran en capacidad y conocimiento de diseñar un plan de negocio que pueda medir la viabilidad del proyecto.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar el plan de negocio para la creación y puesta en marcha de una empresa comercializadora de PMS para hotelería.

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Evaluar los servicios que ofrecen de PMS para hotelería y los más aplicados en el sector hotelero del Departamento de Risaralda.
- Estudiar los mecanismos de financiación y definir cuál es el más viable para la propuesta en marcha del Plan de Negocios.
- Elaborar un Plan de Negocios como propuesta para la creación de Hotel Check System.

5. MARCO TEÓRICO

Fundamentos del plan de negocios.

Según (Cardozo, 2012)¹ un plan de negocios es:

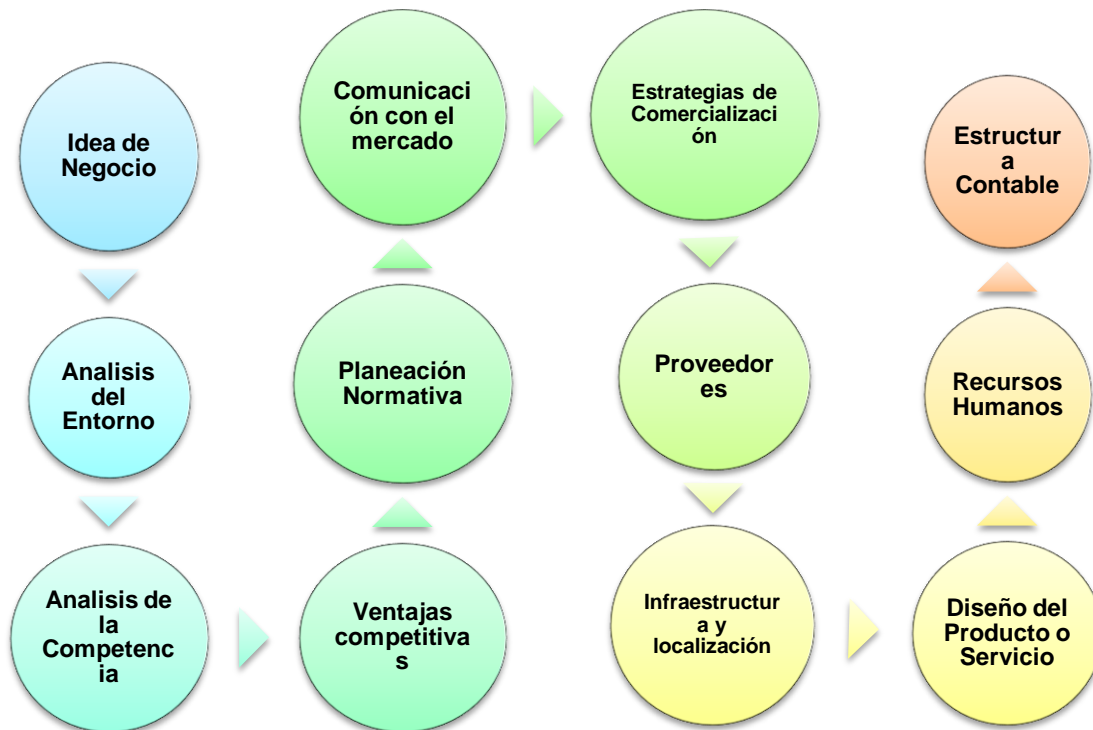
“Un documento escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es resultado de un proceso de planeación. El plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde sus objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollaran para alcanzarlo.”

De acuerdo con lo anterior, se dice que el plan de negocios es un documento donde se plasma un desarrollo empresarial, que se enfoca en los procesos que se deben realizar para implementar las diferentes estrategias necesarias para cumplir con los objetivos establecidos en el plan de negocio y determinar en el tiempo que estos deben ser realizados.

Es así que un plan de negocios según (Fleitman, 2000)² es por naturaleza un documento formal, por lo cual debe presentarse siempre por escrito y debidamente organizado. De esta manera tendrá la importancia pertinente para poder ser expuesto ante los directivos de una empresa, personas interesadas o inversionistas. De ser aceptado, el plan de negocios puede servir como guía para el desarrollo de un proyecto. Normalmente un plan de negocios tiene como vigencia máxima un año, el mismo que deberá coincidir con un año natural o con el año contable de la empresa de la cual se pretenda implementar. (Weinberger, 2009).

¹ Cardozo, J. (22 de Abril de 2012). *Plan de negocios: Definiciones y Objetivos*. Obtenido de Slideshare: <https://es.slideshare.net/jairocardozorojas/plan-de-negocios-definiciones-y-objetivos>

² Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos : cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio* . México : McGraw-Hill Interamericana.



Fuente 1. Modelo (Cardozo, 2012) adaptada

Según (Justin G Longenecker, 2012)³ el plan de negocios es la forma como el empresario se orienta para tomar decisiones, asimilando el plan de negocios con una “carta de navegación”. A su vez, el plan de negocio le permite al empresario presentar un proyecto ante las entidades financieras con el fin de obtener apoyo para el proyecto.

De acuerdo con el mismo este debe contener un resumen ejecutivo, un módulo de mercado, de operación, de organización, financiero, operativo y de impacto del negocio siendo este último el que incluye los temas sociales, ambientales y económicos.

Para (Varela, 2001)⁴, en su libro “innovación empresarial” define el plan de negocios como un documento que permite evaluar una oportunidad de negocio y a

³ Justin G Longenecker, C. W. (2012). *Administración de pequeñas empresas*. México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.,.

⁴ Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial - arte y ciencia en la creación de empresas*. Pretice hall.

la misma vez reducir riesgos para la toma de decisiones. La estructura básica del plan de negocios intenta responder cinco preguntas básicas para todo empresario.

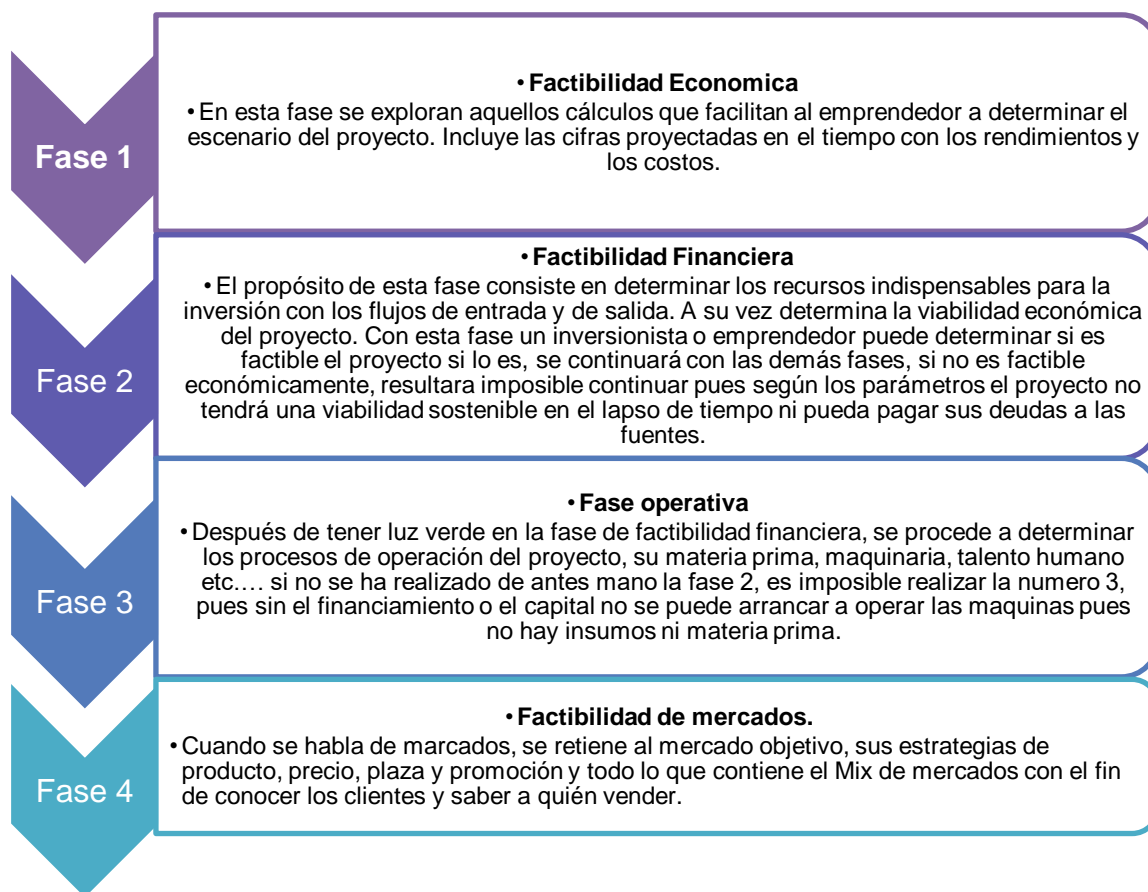
“Que es y en que consiste el negocio, cuales son las causas y razones de éxito, cuales son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas, que recursos se requieren para llevar a cabo el negocio y que estrategias se van a usar para conseguirlos y por último quien dirigirá el negocio”. Además, Varela plantea que “la complejidad del plan de negocios es directamente proporcional a la complejidad del negocio e inversamente proporcional al conocimiento y experiencia que tenga el empresario sobre el negocio”.

Para Varela⁵, un plan debe ser trascendente, “no debe tener más de 60 páginas incluyendo los anexos (...) tampoco debe esconder las debilidades y resaltar las fortalezas puesto que su fin es el de mostrar la realidad del negocio, su potencial y las formas de contrarrestar las debilidades”.

Según el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) todo plan de negocio debe presentar cuatro fases, tal como se refleja en la siguiente ilustración.

⁵ Varela, R. (2001). *Innovacion Empresarial - arte y ciencia en la creacion de empresas*. Pretice hall.

Ilustración 2. Fases de un plan de negocios



Fuente 2. Elaboración propia

6. MARCO SITUACIONAL

En Colombia el mercado turístico se ha incrementado de manera potencial en la última década, llegando incluso a ser uno de los países recomendados a visitar mundialmente “...*el cambio en la percepción del país fundamentado en el proceso de paz; mayor inversión extranjera y nuevas aerolíneas que han promovido la entrada en operación de más rutas y frecuencias*” han favorecido el desarrollo del turismo en el país.” (El tiempo - Viajar, 2019)⁶. Uno de los principales hilos o componentes de este mercado es el sector hotelero, el cual se debe adaptar de una u otra manera a diversos cambios externos e internos para lograr satisfacer las necesidades que se presente a su público.

Durante el año 2019 “...*La Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco), reportó que la ocupación en los hoteles del país hasta noviembre llegó a 57,10 %, algo que no ocurría desde 2006, cuando la cifra ascendió a 56,40%, además superó el pronóstico del sector en 0,6 puntos... Según las estimaciones de Cotelco entre el 2020-2021 Colombia estrenará 34 proyectos y 3.866 habitaciones, lo que significa un incremento del 80%, respecto al año anterior cuanto se estrenaron 2.140 habitaciones con una inversión de 386.534 millones de pesos.*” (Portafolio, 2020)⁷

Por lo anterior, cada hotel debe tener implementado internamente diferentes procesos y herramientas con las que logre tener control dentro de sus instalaciones, una de las principales herramientas utilizadas son los Property Manager System “PMS” los cuales cuentan con diferentes funciones que ayudan a supervisar las diferentes actividades internas que se realizan en el alojamiento.

En el país grandes cadenas hoteleras como lo son: Movich, GHL, Decamerón, Hilton, entre otras, utilizan diversos “PMS” para facilitar las actividades internas que generan diariamente el ingreso de cientos de personas, también hay



⁶ El tiempo - Viajar. (8 de Enero de 2019). *Colombia, un destino recomendado para el 2019.* Obtenido de El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/colombia-se-posiciona-como-destino-turistico-recomendado-para-2019-312202>

⁷ Portafolio. (27 de Enero de 2020). *Portafolio.* Obtenido de www.Portafolio.co: <https://www.portafolio.co/negocios/colombia-se-prepara-para-el-aumento-de-la-oferta-hotelera-537494>

existencia de “PMS” desarrollados para otro tipo de alojamientos que de igual manera necesitan tener control de sus actividades.



A continuación, se detallan algunos PMS usados a nivel mundial.

Tabla 1. Cuadro comparativo de PMS

NOMBRE	eZee Font Desk: Hotel Management Software	Hotelogix: Smart Hoteliering
LOGO		
IDIOMA	Inglés	Árabe, inglés, francés, alemán, portugués, ruso, español, tailandés y turco.
TIPO DE ALOJAMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> - Hoteles - Moteles - Resorts - Clubs - Hoteles pequeños - Apartamentos - Hostales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hoteles de ciudad - Resorts - Apartamentos - B&B's - Multipropiedades
PRECIO	<ul style="list-style-type: none"> - Prueba gratuita de 30 días. - Suscripción mensual o anual dependiendo del establecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> - Desde USD 3.99 al mes
SISTEMA OPERATIVO	<ul style="list-style-type: none"> - Windows 	<ul style="list-style-type: none"> - Windows - IOS - Android - Manejo a través de la nube
PAGINA WEB	https://www.ezeefrontdesk.com	https://www.hotelogix.com/es



Fuente 3. Elaboración propia

Tabla 2. Cuadro comparativo de PMS

NOMBRE	Sirvoy: Reservation System	ASI FrontDesk
LOGO		
IDIOMA	Inglés, Español	Español, inglés, portugués, francés, mandarín, tailandés y turco.
TIPO DE ALOJAMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> - Hoteles - Moteles - Hostales - B&B's - Lodges - Casa de huéspedes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hoteles comunes - Resorts - Posadas - Albergues - Suites - Ranchos - B&B's - Apartamentos - Pensiones militares - Centros médicos
PRECIO	<ul style="list-style-type: none"> - Basico desde 9 euros al mes. - Premium desde 29 euros al mes. 	- Suscripción mensual dependiendo del alojamiento
SISTEMA OPERATIVO	<ul style="list-style-type: none"> - IOS - Android - Manejo a través de la nube 	- Windows
PAGINA WEB	https://www.sirvoy.com	https://www.anandsystems.com/hotel_software/hospitality_front_desk_software.htm

Fuente 4. Elaboración propia

Tabla 3. Cuadro comparativo de PMS

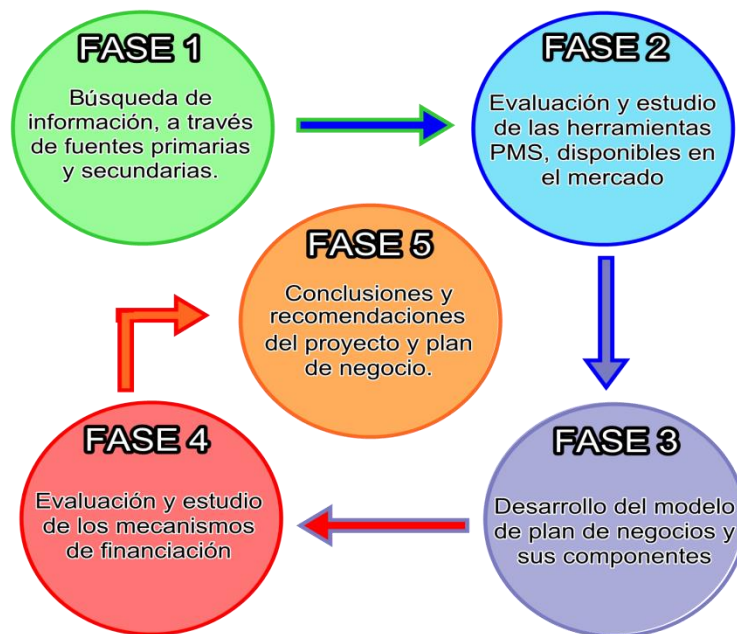
NOMBRE	CloudBeds	Oracle Hospitality Property Management OPERA
LOGO		
IDIOMA	Inglés, Español.	Español, Inglés, Portugués
TIPO DE ALOJAMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> - Hoteles - Albergues - B&Bs - Posadas - Alquileres de vacaciones - Apartamentos - Campamentos 	<ul style="list-style-type: none"> - Cadenas hoteleras - Multipropiedades
PRECIO	<ul style="list-style-type: none"> - Prueba Gratis - Suscripción mensual dependiendo del alojamiento 	<ul style="list-style-type: none"> - Suscripción mensual dependiendo del alojamiento
SISTEMA OPERATIVO	<ul style="list-style-type: none"> - Windows - IOS - Android - Manejo a través de la nube 	<ul style="list-style-type: none"> - Windows - IOS - Android - Manejo a través de la nube
PAGINA WEB	https://www.cloudbeds.com	https://www.oracle.com/co/industries/hospitality/products/opera-cloud-services.html

Fuente 5. Elaboración propia

7. METODOLOGÍA

Para la metodología empleada en el desarrollo de este documento, se tuvieron las siguientes fases:

Ilustración 3. Fases de la Metodología empleada en el proyecto



Fuente 6. Elaboración propia

Fase 1: Fuentes de información.

- En primer lugar, muchos de los términos y conocimientos expuestos en este documento, son obtenidos a través de años de formación del programa “Administración de turismo sostenible” con énfasis en el sector hotelero.
- Se buscó, reviso y estudio material disponible en internet, especialmente, acerca de las actividades internas que surgen en los alojamientos y de cómo los Property System Magnamente o PMS, ayudan a facilitar la realización de estas mismas.
- Se realizaron diversos encuentros con personas conocedoras del sector hotelero, especialmente con Astrid Lorena Ochoa, propietaria de un alojamiento en la ciudad de Pereira (Colombia) y con Carmen Alviria Márquez, quien posee muchos años de experiencia desarrollándose en este mercado.

Fase 2: Evaluación de las herramientas disponibles en el mercado.

Después de diversas charlas, encuentros y lecturas, teniendo a mano internet, se optó por realizar un estudio más detallado acerca de algunas de las herramientas PMS que se encuentran disponibles en el mercado; teniendo en cuenta que, la mayor parte de estas herramientas ofrecen una demostración gratuita a la que solo propietarios de un alojamiento pueden acceder a estas a través de un formulario, razón por la cual, se hizo imposible utilizar estas herramientas de primera mano, pero se presentó otra manera de conocer el funcionamiento de estas.

En primer lugar, se realizó una búsqueda informativa, en donde se encontraron las herramientas más utilizadas dentro de los hoteles en estos últimos años, después se realizó la lectura y análisis de documentos y artículos oficiales de las empresas desarrolladoras de PMS conocidos como Zeus, Opera, Sirvoy, entre otras, dando una idea más cercana de lo que ofrecen al público estas herramientas.

Después, se realizó la revisión de una página web dedicada a dar reseñas de software en general, lugar en donde se encontraba información de algunos PMS hoteleros, así mismo, dentro del sitio web se encontraron reseñas de usuarios comunes que daban su opinión acerca de la experiencia que obtuvieron con dichas herramientas.

Finalmente, se realizó la vista de imágenes y videos en donde se enseñará la interfaz, el funcionamiento y los componentes que poseían los distintos PMS.

Fase 3. Elaboración del proyecto en un plan de negocios.

Después de tener claro el funcionamiento y los componentes que debería llevar el producto y la organización, se inició con el desarrollo del plan de negocios, el cual posee los siguientes módulos:

- Módulo de mercados
- Módulo de operación
- Módulo de organización
- Módulo financiero

Los cuales permitieron dar orden al proyecto.

Fase 4: Mecanismo de financiación.

Este plan de negocios tiene como objetivo ser presentado a financiación para lograr su puesta en marcha, es por eso que se hace mención a las fuentes de financiamiento a las cuales el proyecto puede acceder, ya que va muy relacionado con los requisitos necesarios que se solicitan.

Fase 5: Conclusiones y recomendaciones:

Finalmente, después de desarrollado el plan de negocios y el documento en su totalidad, se da paso a realizar las conclusiones que se obtuvieron durante y después de la elaboración de este, así mismo, se realizan recomendaciones que puedan mejorar el desarrollo del mismo.

En cuanto a su estructura, el plan de negocios contiene 5 pasos por cada etapa las cuales son 3 para la presentación básica del mismo.

8. PLAN DE NEGOCIOS

8.1 CONCEPTO DEL NEGOCIO

Nombre Comercial: Hotel Check System (HCS)

Producto: Software Hotelero

Localización de la empresa: Departamento de Risaralda, Municipio de Pereira, Avenida circunvalar.

8.2. OBJETIVOS DEL PROYECTO.

General

Diseñar un plan de negocios para la comercialización de un software para hotelería dedicado a optimización de tareas internas en hoteles.

Específicos

- Investigar algunos software del sector que pudieran representar competencia para comparar su funcionalidad y precio.
- Diseñar el modelo financiero.
- Describir las funcionalidades que puede cumplir el software

8.2.1 MÓDULO DE MERCADOS

8.2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

A. ANÁLISIS DEL SECTOR

El modelo de negocio escogido se ubica en el sector terciario específicamente los servicios de Tecnología (o Tecnologías en Información), y vista desde sus diferentes líneas de negocio, se hace referencia a lo relacionado a hardware y software, los cuales se clasifican también por integradores y distribuidores.

Según cifras de Pro Colombia la industria de software agremia más de 400 empresas y que suma más de 30 años de labores, convirtiéndola en un potente sector productivo, pues “según las últimas cifras del Observatorio TI el sector software vendió \$13,5 billones en 2016 y está empleando a 109.000 personas en la industria TI, software y otros servicios relacionados”, le dijo Paola Restrepo, a presidenta de Fedesoft, al diario de la Republica. (PROCOLOMBIA)⁸.

B. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En siguiente cuadro se describen algunos PMS que comparten similitud con “Hotel Check System” y que pueden ser tomados como competencia laboral, teniendo en cuenta sus características generales y el precio.

⁸PROCOLOMBIA. (s.f.). *PROCOLOMBIA, Exportaciones Turismo Inversión, Marca País*. Recuperado el 16 de 05 de 2020, de Colombia, Sitio Oficial de Turismo de la República de: <https://procolombia.co/>

Tabla 4. Análisis de la competencia

Sirvoy	Sirvoy es un software de reservas para hotelería, sistemas de gestión y administración de propiedad que se adapta a diferentes alojamientos como: Hoteles, Moteles, Hostales, B&B's, Lodges y Casa de huéspedes, cuenta con los componentes más esenciales para cumplir con los procesos de la actividad hotelera: Formulario de reservas, Habitaciones y tarifas, Canales de reserva, Gestión de reservas, Comunicación con el huésped, Procesamiento de pagos y facturación, Mantenimiento y Limpieza de habitaciones.	Desde 9 euros
Hotelogix	Es de los sistemas más robustos que existen en el mercado y uno de los más intuitivos, abarca todo el contenido necesario para el desarrollo de los procesos y actividades hoteleras de orden interno, la interfaz está diseñada para que pueda ser usada ágilmente por cualquier persona con conocimiento mínimo en el ámbito hotelero. Tiene características adaptables a cualquier tipo de alojamiento, debido a que está diseñado de manera que cumpla tanto con las actividades más básicas como con las más complejas que se presentan en el mercado hotelero.	Desde 4 USD
Zeus	"Es una herramienta que brinda en forma rápida confiable y segura información, que facilitara a los funcionarios del Hotel la realización de sus labores, agilizando las funciones de administración y control, generando oportunamente información para la toma de decisiones, puesto que se pueden emitir reportes de tipo financiero y estadístico, que permiten evaluar las transacciones y rendimientos de las áreas operativas del Hotel en cualquier momento". (Zeus Tecnologia: www.zeustecnologia.com)	Suscripción anual
Opera	Opera esta diseñado para todos los establecimientos hoteleros, desde lo que cuentan con solo una propiedad hasta los que son una franquicia, "mediante una vista completa de la empresa, OPERA optimiza operaciones de manera global, lo que ofrece la velocidad, agilidad y eficiencia necesarias para satisfacer las necesidades en constante cambio de los huéspedes. Y con capacidades de integración inigualables, OPERA puede aprovechar potentes análisis y elaboración de informes, organizar la administración de ingresos y maximizar la reserva en línea". (Oracle Hospitality: https://www.comparasoftware.com/oracle-hospitality)	Suscripción mensual (Por habitación ocupada)

Fuente 7. Elaboración propia

8.2.2.2 ESTRATEGIAS DE MERCADO

A. CONCEPTO DEL PRODUCTO

La empresa Hotel Check System se plantea la necesidad de crear nuevas ofertas de software para hotelería innovando en Colombia, ya que la propuesta que se genera es un software que supla las necesidades internas del hotel facilitando la comunicación entre los colaboradores a la hora de realizar con agilidad y eficacia las tareas.

El objetivo es transmitir al hotelero que adquiera alguno de los paquetes de software la seguridad y la certeza de que todos sus colaboradores están sincronizados para brindar servicios de calidad teniendo en cuenta que todo estará sistematizado y organizado internamente para llegar a tal punto que el comprador pueda revisar las tareas diarias desde su computadora.

Este software contará con tres planes de suscripción, teniendo en cuenta el tamaño y necesidades del alojamiento será el paquete que el comprador va a requerir, el primer paquete consiste en una suscripción básica que ofrece implementarse en 3 equipos dentro del hotel, el segundo paquete es una suscripción estándar que será aplicada a 6 equipos, la tercera suscripción es Premium y podrá ser instalada en 12 equipos dentro de las instalaciones, aparte, se ofrece 3 servicios adicionales, soporte técnico presencial y/o virtual, capacitaciones adicionales sobre el producto, e instalación adicional del software a otro equipo que no esté incluido dentro del paquete.

Para que esta idea se convierta en una verdadera organización, se tendrán en cuenta los objetivos claros, la estructura organizacional para que esta cumpla con todo lo establecido con las normas ISO de Colombia y hacer una propuesta atractiva a nivel nacional e internacional.

8.2.3 MODELO DE NEGOCIO (LIENZO CANVAS Y EXPLICACIÓN)

El nombre oficial de este modelo es “Business Model Canvas” que en español significa Lienzo de modelo para negocio, “el modelo Canvas es un esquema visual, con 9 cuadros unidos, en los que se deben describir cómo se va a llevar a cabo cada acción específica, que nos va a permitir conformar la estructura de la idea de negocio” (Moya, 2019) dando una idea más cercana y fija del negocio.

En la siguiente figura se encuentra el modelo CANVAS con sus componentes enumerados, dando un orden a seguir del modelo, bajo la gráfica se encuentra la aplicación del modelo a “Hotel Check System”.

Ilustración 4. Modelo Lienzo Canvas



Fuente 8. Elaboración propia

Propuesta de Valor:

“Ten el control total de los procesos y actividades que realizan tus colaboradores dentro del hotel”

Con la propuesta de valor, se tiene el objetivo de brindar a los clientes la posibilidad de controlar y supervisar las actividades y procesos internos del alojamiento, por medio de una herramienta digital.

Así mismo, hay mejora en la comunicación laboral, facilitando la realización de tareas de los colaboradores del alojamiento, permitiendo el adecuado flujo de información; lo anterior logra reflejarse en la prestación del servicio, agilizando y mejorando el tiempo en la realización de tareas y aumentando el rendimiento laboral, brindando seguridad tanto a colaboradores como supervisores de la correcta realización de tareas, minimizando el margen de error y dando como resultado final la satisfacción del huésped, cumpliendo así como el principal objetivo del sector hotelero.

Segmento de clientes

El nicho o segmento de clientes para “Hotel Check System” son aquellos hoteles que cuentan con un rango de entre diez y cincuenta habitaciones y que se encuentran ubicados dentro del departamento de Risaralda, el PMS va destinado a: Hoteles de ciudad, Hoteles campestres y Lodges, debido a que son hoteles con variedad de procesos internos, y a los cuales se les facilitaría este proceso con la adquisición de la herramienta.

Canales

El principal canal de distribución será la página web, en la cual se encuentra la información de contacto directo, así como, información del producto y todas sus características, de igual manera, mediante esta, se adquirirá el software y los servicios complementarios que la organización ofrece, dentro de la página web, habrá una sección dedicada a videos e imágenes, con las cuales el cliente puede conocer más a fondo la herramienta y el funcionamiento de esta; de igual manera, para realizar publicidad online, se utilizarán redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter las cuales pueden ser filtradas para llegar de manera más directa al público objetivo.

Durante la etapa inicial del proyecto, se visitarán de manera presencial a un determinado número de posibles clientes, esto con intención de dar a conocer el producto, brindando, información, asesorías y muestras gratis (De corto periodo de duración), esto con el objetivo de iniciar con el reconocimiento de la marca.

Finalmente, se hará presencia en Anato, Congreso Nacional de Hotelería de Cotelco, y demás ferias relacionadas con el sector turismo, en las cuales se realizará presentación del PMS, esto con el objetivo de tener comunicación directa, crear nuevas alianzas, tener nuevos clientes y comenzar con el reconocimiento nacional, abriendo las puertas a una futura expansión del mercado.

Logo

Dentro del logo del PMS predomina el color azul, que está presente en diferentes tonos, este color esta denominado como “Color frio” que psicológicamente transmite sentimiento de relajación y tranquilidad, esto como referencia a que quienes hagan uso de la herramienta se podrán sentir identificados con estos sentimientos al tener certeza de que están realizando el trabajo de la mejor manera.

En la parte central del logo se encuentra un edificio, el cual es considerado como hotel, lugar al cual va dedicado el funcionamiento del PMS, de igual manera, alrededor de este, se encuentran tres engranajes formando un circuito, lo que es una representación del trabajo en equipo entre colaboradores de la organización, dentro de cada uno de los engranajes se encuentran las letras H, C, S, que son las iniciales o abreviatura del nombre Hotel Check System, el cual se encuentra escrito en la parte superior derecha del logo.

Ilustración 5. Logo Hotel Check System





Fuente 9. Elaboración propia

Brochure publicitario.

Un brochure será el medio físico publicitario, ya que el producto será ofrecido de manera online a través de la página web oficial de la empresa, dentro de la cual habrá información detallada y opción de contacto personalizado; el brochure consta de tres partes, en la primera parte está presente el nombre del PMS, así como su logo y eslogan, en su segunda cara se encuentra una breve descripción de lo que es la herramienta y en la parte final, se encuentran los servicios ofrecidos, así como opciones de contacto.

La decisión de tener este único medio de publicidad física se toma debido a la necesidad de ofrecer el producto de manera más cercana a los clientes, por esto la herramienta será ofrecida y dada a conocer de manera presencial en ferias, eventos y demás actividades relacionadas con el turismo, sirviendo el brochure como un recordarlo y/o tarjeta de presentación para posibles clientes.

Ilustración 6. Brochure publicitario.

 <p>Hotel Check System</p> <p>¡ supervisa todas las áreas de tu hotel y brinda la mejor satisfacción a tus clientes !</p>	<p>¿Qué es?</p> <p>Hotel Check System es un PMS dedicado al sector hotelero.</p> <p>Esta herramienta integra todos los componentes esenciales que facilitan la realización de las actividades internas de cualquier alojamiento y la supervisión de estas, mejorando la prestación del servicio y dando como resultado una mayor satisfacción al huésped</p>  <p><small>IMAGEN DE REFERENCIA De: optucorp.com</small></p>	<p>Servicios</p> <p>Plan Básico ✓</p> <p>✓ Plan Estándar</p> <p>Plan Premium ✓</p> <p>✓ Soporte Técnico</p> <p>Capacitaciones ✓</p> <p>CONTACTANOS hotelchecksystem@support.com www.hotelchecksystem.com</p> <p><small>CONTACTOS DE REFERENCIA NO EXISTENTES</small></p>
--	---	---

Fuente 10. Elaboración propia

Relación con clientes

Los clientes siempre tendrán en “hotel Check system” una mano amiga que les ayude y guíe en los procesos y servicios que con lleva el producto.

La relación entre “Hotel Check System” y el cliente, nace desde el primer momento en el que hay contacto, ya que, con solo esto, es considerado como un cliente potencial o cliente a futuro, es así, que todos los interesados en contactarse con la organización, tendrán la misma atención y amabilidad, haciéndolos sentir seguros y cómodos, tanto con la atención que están obteniendo, como con el producto que se le está siendo ofrecido.

Con base a lo anterior, se puede concluir que en “Hotel Check System” el cliente es lo primero, basándose en una relación de compromiso, respeto, atención y responsabilidad, tanto en pre como posventa, logrando tener constante comunicación con el cliente.

El personal de “Hotel Check System” estará disponible al cliente para resolver sus dudas e inquietudes, así como para guiarlo en el proceso de implementación del PMS, que le dará como resultado mejor rendimiento laboral en el alojamiento.

Los clientes concurrentes, tendrán beneficios especiales, como reuniones y cocteles de socios, para capacitaciones y retroalimentaciones del sector, de igual manera, obtendrán descuentos y beneficios extra en su tipo de suscripción, como aumento en las horas de soporte gratuito, aumento de capacitaciones gratuitas e instalación de la herramienta en equipos adicionales, sin costo alguno.

Flujo de ingresos

Teniendo en cuenta la variedad de público a la que va ofrecida el producto, el cual es una suscripción anual, aparte de los servicios complementarios, se busca la manera de facilitar el pago de estos, adaptándose a las necesidades de cada cliente y empresa, por tal motivo se habilitan los siguientes métodos de pago:

- Pago con tarjeta debito / crédito.
- Transferencia / consignación bancaria.
- Cheques de gerencia
- Paypal
- Nequi
- Efectivo

Recursos Clave

En la siguiente tabla se enumeran los recursos clave necesarios para la puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.

Tabla 5. Recursos Clave

ITEM	RECURSO	CAN	DESCRIPCIÓN
1	Programadores, desarrolladores y técnicos	3	Se requieren un total de tres colaboradores, los cuales desarrollan las actividades de Call center, Instalación del PMS y Servicio técnico.
2	Administrador	1	Encargado de la administración y junta directiva de la organización.
3	Contador	1	Encargado de la contabilidad, supervisión y parte de la junta directiva.
4	Oficina	1	Lugar el cual operará como call center y centro de reuniones empresariales.
5	Teléfono fijo	1	Teléfono fijo que se encuentra en las instalaciones de la oficina, y que será utilizado para recibir y realizar llamadas laborales.
6	Teléfono celular	2	Teléfono celular utilizado por los técnicos para facilitar el proceso de comunicación oficina-técnico-cliente.
7	Dominio Web (Host)	1	Página web en la cual se aloja toda la información al público del PMS, organización y en la cual los clientes pueden adquirir los productos, servicios y contacto.
8	Servicios públicos (Internet, telefonía, agua, electricidad)	N/A	Servicios necesarios para la realización de las actividades internas en la oficina.
9	Computador de escritorio	3	Equipos utilizados por el servicio técnico desde la oficina, para realizar la comunicación con el cliente y la revisión de los servidores online.

10	Computador Portátil	2	Equipos utilizados por el servicio técnico para la realización de actividades laborales externas a la oficina.
11	Combo de exposición y capacitación (Proyector, speaker y micrófono)	2	Equipo utilizado para la realización de capacitaciones y exposiciones de la organización y del producto.

Fuente 11. Elaboración propia

Actividades clave

En la siguiente tabla se describen las actividades clave necesarias para el funcionamiento del proyecto.

Tabla 6. Actividades Clave

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
Contratación del equipo de desarrollo y diseñador gráfico.	Esto, con el objetivo de dar inicio a la creación, programación y diseño del producto.
Realizar pruebas BETA	Realizar pruebas demo o beta con intención de identificar el proceso y desarrollo que lleva el producto, de igual manera es necesario para identificar errores e implementar mejoras.
Comprobación final del PMS	Después de terminado el PMS, realizar pruebas para garantizar su total funcionalidad.
Creación de plataformas digitales	Crear las plataformas necesarias para la venta, comercialización y contacto, correo electrónico, pagina web, redes sociales, etc.
Ofrecer el producto	Visitar a posibles clientes, estar presentes en ferias y eventos relacionados al sector turístico y hotelero, con el fin de dar a conocer y ofrecer el producto.

Realizar la venta e instalación del producto	Vender el producto por medio de la plataforma digital y realizar la instalación pertinente por medio del técnico encargado.
Mantener contacto con el cliente	Tener constante contacto con el cliente para asegurarse de que este no tenga ningún problema o duda acerca de la herramienta, así mismo, darle el sentimiento de seguridad y responsabilidad por parte de la organización.
Realizar actualización de los medios de difusión	Mantener actualizadas tanto la página web, como las redes sociales, más específicamente, Facebook, Instagram y twitter.

Fuente 12. Elaboración propia

Socios Clave

Teniendo en cuenta que la organización no es una empresa desarrolladora como tal, sino que, realiza contratación externa para el desarrollo del producto, se tienen en cuenta tres socios clave, en primer lugar, se encuentran los equipos de desarrollo y programación, los cuales son los encargados de desarrollar la herramienta, en segundo lugar, se encuentran los diseñadores gráficos, los cuales pueden ser contratados junto al equipo de desarrollo o de manera individual, estos son los encargados del diseño visual de la herramienta, así como de realizar los diseños solicitados por la organización, por último, se encuentran las asociaciones hoteleras, consideradas como socio clave, debido a que son esenciales para crear alianzas estratégicas y que el producto llegue a más alojamientos de la región.

En la siguiente tabla se describen los socios claves del proyecto mencionados anteriormente.

Tabla 7. Socios Clave

SOCIO	DESCRIPCIÓN
Equipos de desarrollo y programación	Necesarios para la creación y actualización de los elementos y componentes del PMS
Diseñadores gráficos	Encargados de diseñar los elementos gráficos necesarios para la organización, pendones, publicidad, diseños web, etc.
Asociaciones hoteleras	Asociaciones necesarias para dar a conocer el producto al segmento de clientes seleccionado.

Fuente 13. Elaboración propia

Estructura de costos

El monto total de inversión de la empresa es de \$36.350.000, con los cuales se logra suplir algunos de los recursos esenciales para el funcionamiento de la organización desde la etapa de arranque, en primer lugar, se consigue el desarrollo y diseño total de la herramienta, así mismo, se logra tener el equipamiento necesario para el funcionamiento de la oficina.

En la siguiente tabla se describe la estructura de costos para la realización del proyecto.

Tabla 8. Costos de inversión

ÍTEM	ELEMENTO	VALOR	DESCRIPCIÓN
1	Equipo de programación, desarrollo y diseño.	\$12,000,000	Diseñadores del PMS
2	Computadores de escritorio	\$9,000,000	Tres equipos de mesa, para técnicos de oficina.
3	Computadores portátil	\$4,000,000	Dos equipos portátiles, para técnicos rodantes.
4	Combo de exposición y capacitación (Proyector, speaker y micrófono)	\$800,000	Dos combos, necesarios para la realización de capacitaciones y presentaciones del producto
5	Teléfono fijo	\$150,000	Un teléfono fijo "Call center PBX dial pad"
6	Teléfono Celular	\$400,000	Dos equipos celulares
7	Amueblamiento	\$10,000,000	Equipamiento de oficina, escritorio, diademas call center, mesas, sillas, ventiladores, etc.
	TOTAL	\$36,350,000	

Fuente 14. Elaboración propia

Tabla 9. Costos Fijos Mensuales

ÍTEM	ELEMENTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Alquiler de oficina	\$1,000,000	\$12,000,000
2	Servicios Públicos (Agua y electricidad)	\$150,000	\$1,800,000
3	Servicios extra (Internet y telefonía fija)	\$200,000	\$2,400,000
4	Telefonía móvil	\$120,000	\$1,440,000
5	Mantenimiento de equipos	N/A	\$1,000,000
6	Dominio Web (Host)	N/A	\$80,000
7	Nómina de colaboradores	\$3,000,000	\$36,000,000
8	Nomina administrador	\$1,500,000	\$18,000,000
9	Nomina Contador	\$1,500,000	\$18,000,000
10	Gastos de oficina	\$50,000	\$600,000
11	Gastos imprevistos	\$300,000	\$3.600.000
12	Aporte ARL	\$45.820	\$549.840
13	Subsidio de transporte	\$514.270	\$6.171.240
	TOTAL	\$8.380.090	\$101.641.080

Fuente 15. Elaboración propia

Por su parte, en cuanto a los costos fijos mensuales, los cuales son necesarios para mantener el correcto funcionamiento de la organización, se ve reflejado en \$8.380.090, lo que anualmente tiene un valor de \$101.641.080.

Estrategia de innovación

Si bien, anteriormente, se dio claridad acerca del funcionamiento y propósito que conlleva utilizar “Hotel Check System” dentro del alojamiento, surge una pregunta específica, ¿Cuál es la diferencia de este, a otros productos que actualmente se encuentran en el mercado?, pues bien, para responder esta pregunta, la organización, implementó una estrategia de innovación que actualmente no se encuentra presente en ningún otro PMS.

“Hotel Check System” además de querer agilizar la realización de las actividades internas del hotel, quiere también, que los colaboradores del alojamiento realicen sus tareas de manera más efectiva y por voluntad propia, sin sentir ninguna presión; es por eso por lo que dentro del PMS hay una opción de activación voluntaria, donde la herramienta no solo ayuda a la agilización laboral, sino que crea una competencia laboral sana.

La opción consiste en que cada una de las áreas internas del alojamiento posee un equipo con “Hotel Check System”, entras mayor sea el rendimiento y efectividad laboral de estas áreas, más puntaje van a obtener y cada determinado periodo de tiempo, definido por el administrador del hotel, el área que más puntos tenga, podrá tener una recompensa, determinada por la admiración de la empresa, de igual manera, esta sección de recompensas puede funcionar por cada colaborador, teniendo la posibilidad de identificar al denominado “Empleado del mes” de cada área, siendo este el que obtuvo mayores resultados o puntos en el aplicativo; dando la oportunidad de que el administrador del hotel puede tener dos opciones de manejo en este apartado, para grupos (áreas) o por colaborador.

Un ejemplo de esto es el siguiente

En un hotel de treinta habitaciones, se encuentran seis camareras encargadas del arreglo de las mismas, razón por la cual se dividen las habitaciones para que cada una de estas realice la limpieza a cinco, el tiempo establecido dentro del hotel para esto, son quince (15) minutos por habitación, dando un resultado de que, como tiempo máximo, cada camarera podría tardarse setenta y cinco (75) minutos por las cinco habitaciones, las camareras deberán registrar su tiempo y actividad dentro de la interfaz de “Hotel Check System” el cual al finalizar la sesión de dicho colaborador, hará un conteo del rendimiento diario y arrojará un puntaje determinado por las acciones, tareas y tiempo de este, volviendo al ejemplo, cada una de las seis camareras tuvo un tiempo diferente, pero una de estas tuvo un tiempo menor a las demás, terminando las habitaciones en un tiempo de sesenta (60) minutos, siendo así esta, la que obtiene los puntos del día en el área de camarería; el procedimiento se repite diariamente, dando al final de mes un resultado de quien fue la camarera que

obtuvo más puntos, siendo esta quien obtuvo la recompensa establecida por el administrador, supervisor, o dueño del alojamiento.

Esta sección de “Hotel Check System” esta implementada con el objetivo de aumentar el rendimiento y motivación tanto personal como laboral, que cada uno de los colaboradores del alojamiento refleja en la realización de las tareas asignadas.

Dentro de la herramienta se encuentra otro componente denominado como “Gerente espía” mediante el cual, el gerente desde el equipo administrador, puede supervisar y verificar, todos los movimientos y acciones que se encuentran realizadas en el sistema del PMS, facilitando de esta manera la supervisión general del alojamiento.

8.2.4 MÓDULO DE OPERACIÓN

En este módulo se describe básicamente el concepto del producto, el proceso de implementación del plan de negocios, el plan de producción y los costos.

8.2.3.1 OPERACIÓN

A. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO TURÍSTICO

Hotel Check System es una empresa colombiana, distribuidora de software para hotelería, la cual labora dentro del departamento de Risaralda, ofreciendo a los hoteles de la región una herramienta conocida como Property Management System o PMS, la cual se encuentra nombrada de igual manera la organización.

El PMS “Hotel Check System” es una herramienta esencial para el desarrollo de las actividades internas de cualquier alojamiento, ya que, con esta, se crea una red de comunicación interna en la cual todos los colaboradores que se encuentren usando la herramienta podrán conocer en tiempo real, la situación actual de actividades dentro de las instalaciones, de igual manera, la herramienta, enviara constantes notificaciones al colaborador que tenga tareas pendientes, minimizando de esta manera, la ocurrencia de errores, y agilizando los procesos internos.

Hotel Check System, PMS, cuenta con los siguientes módulos:

Administración: Es el centro de mando principal dentro del alojamiento, por medio de este módulo se supervisan los demás módulos de la organización, así mismo, se supervisan las tareas y actividades de cada uno de los colaboradores, se pueden enviar notificaciones y documentos, el modulo administrativo puede bloquear acciones de los demás módulos.

Recepción: Dentro del cual se pueden realizar reservas y cancelaciones presenciales, canal de reservas por medio de páginas online, Check in, Check Out, Envío de notificaciones, Envío de documentos o reportes.

Ama de llaves: Dentro del cual se realizan las tareas de camarería, incluyendo arreglo de habitaciones, arreglo pisos y áreas, reabastecimiento de mini bar por habitación, igualmente, tiene habilitada la opción de envío de notificaciones y documentos o reportes.

Mantenimiento: En el cual se puede, informar acerca del estado actual en mantenimiento y reparación de pisos y estructuras, enviar notificaciones y documentos o reportes.

Restaurante: En el cual se puede dar indicaciones entre cocina y servicio, enviar notificaciones y documento o reportes, dando dentro como fuera del área de cocina, el módulo de restaurante debe ser activado como mínimo en dos equipos para cumplir con sus especificaciones.

Eventos: En este módulo se podrá hacer reservas de salones, reportes diarios sistematizados de la disponibilidad de espacios para la realización de los mismos, notificaciones inmediatas a las demás áreas para la programación de alimentos, bebidas y requerimientos de montaje, además, se podrán hacer abonos de dinero en cada evento reservado, al mismo tiempo facturar y generar reportes para uso administrativo, y de este modo agilizar y unificar los procesos internos para llevar a cabo la operación de eventos y banquetes.

Finanzas: En el cual se puede realizar la creación de reportes diarios, semanales, quincenales y mensuales, acerca de los ingresos, egresos, costos y gastos del alojamiento en general y de cada una de sus áreas, igualmente está habilitado el poder enviar notificaciones, documentos o reportes.

En total “Hotel Check System” cuenta con ocho módulos, dentro de los cuales se encuentran las actividades más comunes de cada una de las áreas; cada cliente podrá personalizar su suscripción escoger libremente cuál de los módulos requiere para su alojamiento, esto a excepción del módulo de administración, el cual el requerimiento obligatorio para el funcionamiento general del PMS dentro del alojamiento.

La suscripción básica cuenta con almacenamiento en la nube con un límite de 5gb, la suscripción estándar tiene un límite de 10gb y la suscripción Premium tiene un límite de 20gb de almacenamiento.

La empresa ofrece sus servicios de manera online, por medio de una página web, en la cual, así mismo, se encontrará información detallada del PMS, de sus productos y del contacto para adquirirlos.

B. FICHA GENERAL DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

En la siguiente tabla se describen las características comerciales y técnicas del producto y/o servicio, teniendo en cuenta los tipos de suscripción que la empresa ofrecerá al público, y el contenido de cada una de ellas de forma detallada.

Tabla 10. Ficha del producto

PRODUCTO / SERVICIO	DESCRIPCIÓN
SUSCRIPCIÓN BÁSICA	Esta suscripción se encuentra enfocada a hoteles pequeños, cuenta con tres capacitaciones grupales, tres horas de servicio técnico, una revisión anual, y con posibilidad de instalar en tres equipos (Equipo administrador + dos módulos opcionales) y 5gb de almacenamiento en la nube.
SUSCRIPCIÓN ESTÁNDAR	Esta suscripción se encuentra enfocada a hoteles medianos, cuenta con cinco capacitaciones grupales, cuatro horas de servicio técnico, tres revisiones periódicas y con posibilidad de instalar en seis equipos (Equipo administrador + cinco módulos opcionales) y 10gb de almacenamiento en la nube.
SUSCRIPCIÓN PREMIUM	Esta suscripción se encuentra enfocada a hoteles grandes, cuenta con doce capacitaciones grupales, servicio técnico de diez horas, once revisiones periódicas, y con posibilidad de instalar en doce equipos (Equipo administrador + once módulos opcionales) y 20gb de almacenamiento en la nube.
SOPORTE TÉCNICO	El servicio de soporte técnico es ofrecido las 24 horas, los clientes que cuenten con suscripción activa de alguno de los tres planes principales podrán tener tres horas al mes de servicio técnico virtual gratuito, en situación que el problema sea generado por acción ajena a la empresa o por exceder el límite de tiempo gratuito, se realiza un costo adicional.
CAPACITACIÓN	Se realizan capacitaciones individuales o en grupo, con relación al funcionamiento y manejo de la herramienta, dicho servicio es ofrecido en situación de que los colaboradores no comprendan el funcionamiento de la herramienta con el número de capacitaciones que vienen incluidas en el producto, razón por la cual es ofrecido como un servicio aparte.
INSTALACIÓN EN EQUIPO ADICIONAL	El PMS puede ser instalado en un equipo adicional que no se encuentre dentro del paquete o plan adquirido, este tendrá un costo adicional

Fuente 16. Elaboración Propia

C. FICHA TÉCNICA DE CADA PRODUCTO Y SERVICIO A OFRECER

En las siguientes tablas se describen las características generales con especificación detallada de los productos y servicios que Hotel Check System ofrece a los empresarios interesados en la compra del software.

Tabla 11. Ficha técnica del soporte técnico

	FICHA TÉCNICA PARA SOPORTE TÉCNICO	SOPORTE TÉCNICO
NOMBRE DEL SERVICIO	Soporte Técnico	
CLASIFICACIÓN	Soporte técnico presencial/ Asistencia telefónica	
APLICACIÓN/ FUNCIONES	Usuario final, hoteles que tengan Hotel Check System instalado o restaurantes a gran escala/ facilitador de solución de problemas relacionados con el software presencial o telefónica	
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	Un profesional se encarga de verificar el correcto funcionamiento del software en los equipos, y de la pronta brindando la solución de problemas de forma personalizada y presencial si así lo requiere el cliente.	
LUGAR DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	Departamento de Risaralda.	
REQUERIMIENTOS PARA EL SERVICIO	Debe de solicitar por nuestra página web el soporte técnico que requiere y hacer una breve descripción del problema, además de proporcionar los datos de la empresa con el usuario asignado por la compra del software para de este modo llamarlos y verificar el servicio.	
PAGINA WEB	www.hotelchecksystem.com	

Fuente 17. Elaboración propia

Tabla 12. Ficha técnica de servicios complementarios

	FICHA TÉCNICA PARA CAPACITACIONES	CAPACITACIÓN
NOMBRE DEL SERVICIO	Capacitaciones	
CLASIFICACIÓN	Proceso Educativo A Corto Plazo	
APLICACIÓN/ FUNCIONES	Usuario final, hoteles que tengan Hotel Check System instalado o restaurantes a gran escala/ enseñar el manejo adecuado del software de una manera didáctica e interactiva a todos los colaboradores.	
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	Usuario final, hoteles que tengan Hotel Check System instalado o restaurantes a gran escala/ enseñar el manejo adecuado del software de una manera didáctica e interactiva a todos los colaboradores.	
LUGAR DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	Departamento de Risaralda.	
REQUERIMIENTOS PARA EL SERVICIO	Debe de solicitar por nuestra página web el soporte técnico que requiere y hacer una breve descripción del problema, además de proporcionar los datos de la empresa con el usuario asignado por la compra del software para de este modo llamarlos y verificar el servicio.	
PAGINA WEB	www.hotelchecksystem.com	

Fuente 18. Elaboración propia

8.2.4 MÓDULO DE ORGANIZACIÓN

8.2.4.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

A. ANÁLISIS DOFA.

A continuación se presenta el análisis DOFA para determinar los factores internos y externos que afectan de forma negativa o positiva al sector de los PMS teniendo en cuenta las reglamentaciones, políticas, análisis del mercado y la viabilidad del proyecto, a continuación se expone el análisis DOFA realizado; el detalle de cada componente y las estrategias que se consideran necesarias para implementar el desarrollo del sector.

Tabla 13. Matriz DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	1. Responsabilidad y buen servicio.	1. Baja tasa de retorno al principio.
	2. Innovación referente al producto dentro del mercado	
	3. Calidad y Precio del producto ofrecido	2. Organización reciente en el mercado.
	4. Personal Capacitado.	
	5. Eficacia y Rapidez en los procesos.	3. Poco personal de planta.
FACTORES EXTERNOS	6. Estudio de Mercado.	4. Mayores costos que la competencia.
	7. La empresa maneja soporte técnico virtual al cliente.	
	8. Facilita procesos y procedimientos dentro del hotel.	5. Empresa sin reconocimiento en el mercado de softwares hoteleros
OPORTUNIDADES	1. Realizar una unión	1. Explorar nuevos

<p>1. Amplio nicho de mercado para el producto.</p> <p>2. Posibilidad de seguir mejorando el producto gracias a las nuevas tecnologías que se producen en el mercado.</p>	<p>estratégica con los competidores.</p> <p>2. Realizar nuevas mejoras al producto con la intención de aumentar el segmento de clientes.</p> <p>3. Generar más ventas debido a la accesibilidad del producto.</p>	<p>clientes a partir de una imagen fresca, y un producto con altos estándares de calidad.</p> <p>2. Los avances tecnológicos permitirán facilitar el manejo del software a todas personas que requieran su uso.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>1. Que los clientes no se fidelicen con el producto.</p> <p>2. Cambios de tecnología a nivel mundial.</p> <p>3. Cambios socioeconómicos negativos</p>	<p>1. Estar a la vanguardia del mundo actual.</p> <p>2. Estar en constante estudio de nuestro segmento de mercado y de sus necesidades.</p>	<p>1. Generar plan de contingencia financiero por si la economía cambia.</p> <p>2. Mejorar las campañas publicitarias, es un cliente satisfecho.</p>

Fuente 19. Elaboración propia

8.2.4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Teniendo en cuenta que la organización es funcional esta estará conformada por una Junta Directiva la cual estará a la cabeza de la empresa, una Administración, Programadores, Auxiliar Contable, Comercial Vendedor, Programadores Auxiliares y Servicios Generales.

El nivel de participación será igual entre los socios de la empresa. Los demás rangos participaran con propuestas para la innovación constante de la organización mas no podrán tomar decisiones.

Los miembros de la junta directiva hacen parte del equipo de trabajo; esta relación permite concretar y tomar decisiones en equipo que beneficien la implementación y el desarrollo del proyecto. En cuanto a los mecanismos de control se tendrán en cuenta los aspectos administrativos, técnicos y financieros.

Ilustración 7. Organigrama



Fuente 20. Elaboración propia

1. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES

Hotel Check System S.A.S es una sociedad económica por acciones simplificadas, según la ley 1248 del 05 de diciembre del 2008; sus reglas de implementación son más flexibles y sus costos menores en comparación a las demás sociedades que hay en Colombia.

Tipo de sociedad: En la forma jurídica se considera que Hotel Check System esta categorizada como una Sociedad de Responsabilidad Limitada ya que la empresa le pertenece a más de un socio principal los cuales tienen la obligación de responder por el capital económico acordado desde un principio, pero no tienen la obligación de aportar de su propio patrimonio. (Pyme, 2009)

En el sector económico la empresa está catalogada como empresa del sector terciario ya que su producto y mercado está enfocado a tareas intelectuales y desarrollo tecnológico.

Finalmente basándonos en el origen u obtención de capital Hotel Check System está catalogado como una empresa *Privada* ya que su capital de origen está basado en aportes privados de los socios.

Número de Socios

La empresa Hotel Check System Ltda. Está conformada por dos socios. RUBY ESTEFANY MARIN GUTIERREZ identificada con el número de cedula (1088333532) y JUAN MANUEL MARIN RESTREPO identificado con el número de cedula (1088027400).

GASTOS DE ARRANQUE

Para este caso no es necesario incurrir en algún gasto a excepción de los concernientes a la constitución de la empresa.

Tabla 14. Gastos de arranque

DOCUMENTO / REQUISITO	VALOR
Inscripción Cámara de Comercio	\$237.000
Registro en Cámara de Comercio	\$25.000
Matricula de persona jurídica	\$131.000
Formulario RUES	\$5.800
Formulario de registro mercantil	\$4.500
Inscripción en los libros	\$12.000
Certificado de existencia	\$8.600
Derecho de inscripción	\$31.000
Autenticación de notaria	\$10.350
Concepto de uso de suelo	\$19.800
Registro de marca	\$ 954.500
TOTAL	\$1.439.550

Fuente 21. Elaboración propia

8.2.5 MÓDULO FINANCIERO.

8.2.5.1 INGRESOS

En la siguiente tabla se encuentra el monto solicitado a la fuente de financiación seleccionada, para cubrir los costos de inversión y funcionamiento de la empresa durante su primer año de ejecución

Tabla 15. Recursos solicitados

DETALLE	VALOR
Gastos totales (Anual)	\$134,740,240
Aporte de socios	-\$24,000,000
Recursos solicitados a la fuente de financiación aplicable.	\$110,740,240

Fuente 22. Elaboración propia

En la siguiente tabla se encuentran los aportes de recursos, realizado por los socios.

Tabla 16. Aportes de los socios

NOMBRE	BIEN / SERVICIO	DESCRIPCIÓN	VALOR
Juan Manuel Marín	Dinero en efectivo	Recurso para la etapa de inicio y desarrollo de la organización	\$10,000,000
Juan Manuel Marín	Computador portátil	Recurso necesario para el desarrollo de todas las etapas del proyecto.	\$2,000,000
Ruby Estefany Marín	Dinero en efectivo	Recurso para la etapa de inicio y desarrollo de la organización	\$10,000,000
Ruby Estefany Marín	Computador portátil	Recurso necesario para el desarrollo de todas las etapas del proyecto.	\$2,000,000
		TOTAL	\$24,000,000

Fuente 23. Elaboración propia

En la siguiente tabla se encuentran los ingresos anuales estimados por venta de productos y servicios.

Tabla 17. Ingresos anuales por venta.

PRODUCTO / SERVICIO	DETALLE	VALOR
Suscripción Básica	x 35	\$35.000.000
Suscripción Estándar	x 50	\$100.000.000
Suscripción Premium	x 10	\$40.000.000
Soporte Técnico	x 10 horas	\$150.000
Capacitaciones	x 24	\$960.000
Instalación en un equipo adicional	x 12	\$600.000
	TOTAL	\$176.710.000

Fuente 24. Elaboración propia

8.2.5.2 EGRESOS

Los egresos que se presentan dentro de la organización se dividen en tres grupos, Personal, en donde están todos los egresos que tienen relación directa con los colaboradores de la organización, Costos de administración, en donde se encuentran todos los egresos relacionados con los equipamientos y servicios de la oficina, finalmente, se encuentra el grupo de costos legales, en donde están todos aquellos egresos relacionados con la actualización de documentos legales.

En la siguiente grafica se encuentran los egresos anuales de la organización.

Tabla 18. Egresos anuales

DETALLE	VALOR
Personal	
Administrador	\$18,000,000
Contador	\$18,000,000
Programadores, desarrolladores y técnicos (x3).	\$36,000,000
Aporte ARL (x5)	\$549,000
Subsidio de transporte	\$6,171,240
Costos de administración	
Papelería y utensilios de oficina	\$600,000
Servicios públicos (agua y energía)	\$1,800,000
Servicio de internet y telefonía	\$2,400,000
Servicio de telefonía móvil	\$1,440,000
Arrendamiento	\$12,000,000
Mantenimiento de equipos	\$1,000,000
Dominio Web	\$80,000
Suscripción anual Microsoft office x 5 equipos	\$250.000
Suscripción anual Windows x 5 equipos	\$525.000
Gastos Legales	\$350,000
TOTAL	\$99,165,240

Fuente 25. Elaboración propia

8.2.5.3 PRECIO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

En la siguiente tabla se describen los precios de cada producto y servicio ofrecido.

Tabla 19. Precio productos y servicios

PRODUCTO / SERVICIO	VALOR
Suscripción Básica (anual)	\$1.000,000
Suscripción Estándar (anual)	\$2,000,000
Suscripción Premium (anual)	\$4,000,000
Soporte técnico (x hora)	\$15,000
Capacitación	\$40,000
Instalación en equipo adicional	\$50,000

Fuente 26. Elaboración propia

El precio de la suscripción básica se realizó de la siguiente manera:

Tabla 20. Costos de suscripción básica

DETALLE	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR AÑO
Rodamiento	Rodamiento desde el sitio de trabajo al hotel en el que se va a realizar la instalación del PMS.	\$20,000	\$40,000 x 2 visitas
Instalación de equipos (1 hora por equipo)	Tiempo de instalación necesario por cada equipo	\$20,000	\$60,000 x 3 equipos
Horas de servicio técnico	Servicio técnico ofrecido sin costo adicional.	\$45,000 x 3 horas	\$540,000
Capacitaciones	Capacitaciones ofrecidas sin costo adicional	\$40,000	\$120,000 x 3 Capacitaciones
Revisión periódica	Revisión periódica de la herramienta.	\$10,000	\$10,000
		TOTAL	\$770,000

		GANANCIA	\$230,000
		PRECIO DE VENTA	\$1,000,000

Fuente 27. Elaboración propia

El precio de la suscripción estándar se realizó de la siguiente manera:

Tabla 21. Costos suscripción estándar

DETALLE	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR AÑO
Rodamiento	Rodamiento desde el sitio de trabajo al hotel en el que se va a realizar la instalación del PMS.	\$20,000	\$80,000 x 4 visitas
Instalación de equipos (1 hora por equipo)	Tiempo de instalación necesario por cada equipo	\$20,000	\$120,000 x 6 equipos
Horas de servicio técnico	Servicio técnico ofrecido sin costo adicional.	\$60,000 x 4 horas	\$720,000
Capacitaciones	Capacitaciones ofrecidas sin costo adicional	\$40,000	\$200,000 x 5 Capacitaciones
Revisión periódica	Revisión periódica de la herramienta.	\$10,000	\$30,000 x 3 revisiones
		TOTAL	\$1,150,000
		GANANCIA	\$850,000
		PRECIO DE VENTA	\$2,000,000

Fuente 28. Elaboración propia

El precio de la suscripción Premium se realizó de la siguiente manera:

Tabla 22. Costo suscripción Premium

DETALLE	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR AÑO
Rodamiento	Rodamiento desde el sitio de trabajo al hotel en el que se va a realizar la instalación del PMS.	\$20,000	\$240,000 x 12 visitas
Instalación de equipos (1 hora por equipo)	Tiempo de instalación necesario por cada equipo	\$20,000	\$240,000 x 12 equipos
Horas de servicio técnico	Servicio técnico ofrecido sin costo adicional.	\$150,000 x 10 horas	\$1,800,000
Capacitaciones	Capacitaciones ofrecidas sin costo adicional	\$40,000	\$480,000 x 12 Capacitaciones
Revisión periódica	Revisión periódica de la herramienta.	\$10,000	\$110,000 x 11 revisiones
		TOTAL	\$2,870,000
		GANANCIA	\$1,130,000
		PRECIO DE VENTA	\$4,000,000

Fuente 29. Elaboración propia

8.2.5.4 GANANCIAS

En la siguiente tabla se describen las ganancias anuales, siguiendo los valores totales supuestos anteriormente

Tabla 23. Ganancias anuales

DETALLE	VALOR
Ingresos anuales	\$ 176.710.000
Egresos anuales	-\$99,165,240
TOTAL	\$77.544.760

Fuente 30. Elaboración propia

En la siguiente ilustración, se encuentran los valores porcentuales de los ingresos y egresos anuales de la organización

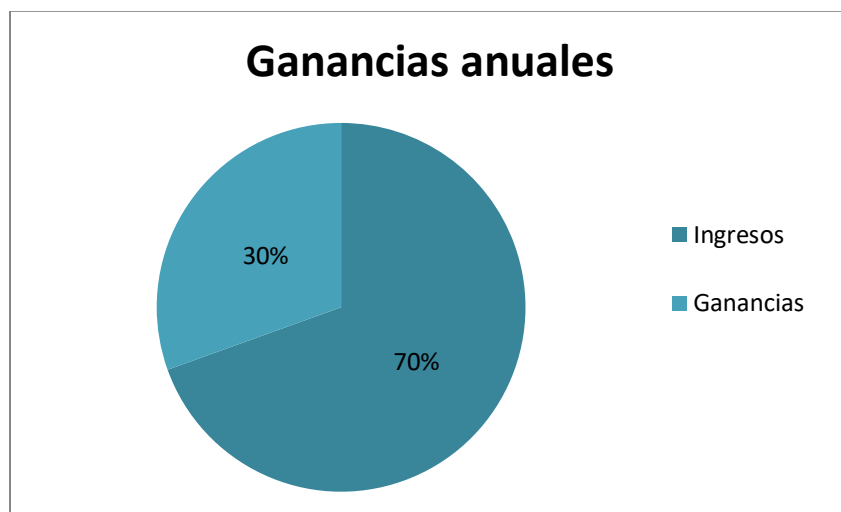
Ilustración 8. Ingresos y egresos anuales



Fuente 31. Elaboración propia

En la siguiente ilustración se encuentra el valor porcentual de las ganancias anuales

Ilustración 9. Ganancias anuales



Fuente 32. Elaboración propia

Teniendo en cuenta que anualmente se obtiene una ganancia neta de \$77.544.760, que se dividen equitativamente entre los dos socios propietarios, da como resultado que cada socio obtenga una ganancia anual de \$38.772.380, lo que se considera como un ingreso mensual de \$3.231.050 aproximadamente.

En términos porcentuales, del 100% de la caja de organización, el 64% son ingresos, mientras que el 36% son egresos; en cuanto a la parte de ganancias, del 100% de los ingresos obtenidos, el 30% de estos, son considerados como ganancias netas.

9. MECANISMOS DE FINANCIACIÓN

Los Mecanismo de Financiación Empresarial, “son aquellos que permiten a una empresa contar con los recursos financieros necesarios para el cumplimiento de sus objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial” (Aristizabal), motivo por el cual, se hace necesario buscar fuentes de financiación de acorde a las necesidades de “Hotel Check System” de suplir su inversión y ejecución en el lapso de un año.

Para la financiación de la pequeña y mediana empresa se encuentran los siguientes mecanismos financieros:

Inversión Privada: Son aquellas personas o empresas privadas que se encuentran dispuestas a invertir en el desarrollo de proyectos, ya sea por medio de recursos financieros, materiales o inmateriales, y de esta manera ser parte de la organización como socios capitalistas, invirtiendo en el temprano desarrollo de la empresa para en un futuro obtener resultados financieros.

Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico, FOMIPYME: “Una fomipyme es un Fondo de modernización y desarrollo tecnológico de las micros, pequeñas y medianas empresas creado por la Ley 590 de 2.000 (Ley MIPYME), adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la República de Colombia” (Beltrán, 2008), El principal objetivo de Fomipyme es conformar un banco de proyectos por emprendedores de todo el país; este fondo financia a micro, pequeñas y medianas empresas.

Bancos de segundo piso: “Los Bancos de Segundo Piso son instituciones financieras que no tratan directamente con los usuarios de los créditos, sino que hacen las colocaciones de los mismos a través de otros intermediarios económicos” (Banco Agrario de Colombia), Dentro de los bancos de segundo piso a los cuales se puede solicitar crédito como medio de financiación son: Findeter, Bancoldex y Finagro.

Fondo Nacional de garantías: “El Fondo Nacional de Garantías S.A. es la entidad a través de la cual el Gobierno Nacional busca facilitar el acceso al crédito para las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante el otorgamiento de garantías” (Ministerio de industria, comercio y turismo)

En Colombia hay presencia de otros mecanismos de financiación a los cuales “Hotel Check System” no puede solicitar apoyo, ya que la organización no cuenta con los requisitos necesarios.

En la siguiente grafica se encuentra un cuadro comparativo y con mayor detalle de los mecanismos mencionados con anterioridad.

Tabla 24.Comparativa entre mecanismo de financiación.

MECANISMO	VENTAJA	DESVENTAJA
INVERSIÓN PRIVADA	<ul style="list-style-type: none"> •Se puede conseguir el 100% del monto de financiación. •Pocos requisitos de acceso. •Creación de alianzas. 	Su reembolso se ve reflejado en porcentaje de utilidad dependiendo de la participación de los socios y propietarios de la empresa, siendo uno de los reembolsos más costosos.
FOMIPYME	<ul style="list-style-type: none"> •Posibilidad de financiar hasta el 65% del monto solicitado. •Los recursos pueden ser no reembolsables. 	En caso de no cumplir con las condiciones acordadas, los recursos se vuelven reembolsables.
BANCOS DE SEGUNDO PISO	Apoyo a diferentes proyectos empresariales, cubriendo una parte de la financiación solicitada	No hay financiación directa al público, habiendo un banco de intermediario.
FONDO NACIONAL DE GARANTÍAS	Posibilidad de financiar hasta el 80% del monto solicitado.	No hay financiación directa al público, habiendo un banco de intermediario.

Fuente 33. Elaboración propia

10. CONCLUSIONES

- Todos los hoteles de alojamiento deberían contar con un PMS para tener un control más objetivo de la operación.
- Con el análisis financiero se evidencio que la empresa es viable y generara ganancia a las posibles inversiones realizadas que justifiquen el esfuerzo y riesgo asumido, para el momento decisivo de involucrar un capital externo.
- El PMS está ligado 100% al turismo y debe contribuir a la competitividad de la empresa y el destino.
- Contratación de personal local
- Es relevante reconocer la importancia que tiene el papel de Administrador de Turismo Sostenible en la formulación e implementación de un proyecto turístico, desde la capacidad que tiene de planificar y administrar, económica y socialmente a nivel predio de manera integral y sostenible; cumpliendo con la legislación que rige esta actividad e innovando constante mente los procesos de acompañamiento en la actividad turística del predio.
- Con este plan de negocios, se evidencian los costos que se deben contemplar a la hora de crear empresa.
- Se logró aplicar los conocimientos impartidos en las materias de vistas en el transcurso de la carrera.
- En Colombia, el desarrollo de la actividad hotelera incrementa potencialmente de manera anual, habiendo una fuerte competencia de mercado en la región, es por eso que los hoteles deben implementar medidas de manejo y desarrollo laboral que faciliten los procesos internos y se vean reflejados es una mejor prestación de servicio.
- Es importante conocer todos los módulos y actividades internas que se presentan en un alojamiento, para así lograr desarrollar un Property System Managment que se ajuste de manera correcta a las necesidades de cada segmento hotelero.

- Desarrollar un plan estructural de negocios es importante para plasmar detalladamente el proyecto, formulado estratégicamente de acuerdo a las condiciones administrativas, presupuestales, operacionales y de mercado.
- En cuanto a las fuentes de financiación, es importante analizar detalladamente cual es la más adecuada para el desarrollo del proyecto, debido a que cada una posee requisitos diferentes, los cuales deben ser cumplidos en su totalidad para lograr acceder a una oportunidad de financiación, ya sea en su totalidad o en parte del proyecto.

11. RECOMENDACIONES

- Se recomienda poseer conocimiento financiero antes de realizar un plan de negocios, ya que se hace de vital importancia para comprender el alcance financiero dentro de dicho plan.
- Se recomienda que este plan sea ejecutado y sea la hoja ruta a seguir para sacar el emprendimiento adelante.
- Es importante que al momento de diseñar el Property System Managment se realice un estudio detallado del público objetivo al cual el producto va dirigido, con intención de que logre suplir todas sus necesidades.
- Es recomendable consultar otras fuentes de financiación en las cuales el proyecto pueda verse beneficiado, esto con el objetivo de aumentar la probabilidad de llevar a cabo el proyecto.
- Es importante la creación de alianzas estratégicas tanto con hoteles como con empresas privadas para disminuir el riesgo de fracaso durante la etapa operacional del proyecto.
- Antes de iniciar el desarrollo de una empresa u organización, debe realizarse una minuciosa planeación estratégica y direccional, ya que estos son factores fundamentales para el éxito del proyecto.
- Es necesario formular estrategias y políticas ambientales, no solo con intención de cumplir la ley, sino también con el fin de crear responsabilidad ambiental tanto para la organización como para sus alrededores.

12. BIBLIOGRAFÍA

- Aristizabal, N. (s.f.). *Proyectos de desarrollo* . Obtenido de Universidad Nacional de Colombia :
<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CAPITULO%20IV/fuentes1.html>
- Banco Agrario de Colombia. (s.f.). *Bancos de segundo piso* . Obtenido de <https://www.bancoagrario.gov.co/BancoSegundoPiso/Paginas/default.aspx#:~:text=Banco%20de%20Segundo%20Piso&text=Los%20Bancos%20de%20Segundo%20Piso,la%20obligaci3n%20del%20cr3dito%20desembolsado>
- Beltrán, L. (21 de Febrero de 2008). *Fomipyme*. Obtenido de El Blog de Lyda Beltran: <http://aurasena.obolog.es/fomipyme-63132#:~:text=Una%20fomipyme%20es%20un%20Fondo,de%20la%20Rep3blica%20de%20Colombia>.
- Cardozo, J. (22 de Abril de 2012). *Plan de negocios: Definiciones y Objetivos*. Obtenidode Slideshare: <https://es.slideshare.net/jairocardozorojas/plan-de-negocios-definiciones-y-objetivos>
- El Diario . (19 de Enero de 2020). *El diario* . Obtenido de Eldiario.com: <https://www.eldiario.com.co/economia-2/localeldiario-com-co/ocupacion-hotelera-aumento-en-la-temporada-de-fin-de-ano/>
- El Tiempo - Viajar. (8 de Enero de 2019). *Colombia, un destino recomendado para el 2019*. Obtenido de El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/colombia-se-posiciona-como-destino-turistico-recomendado-para-2019-312202>
- Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos : cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio* . México : McGraw-Hill Interamericana.
- Justin G Longenecker, C. W. (2012). *Administración de pequeñas empresas*. México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.,.
- Ministerio de industria, comercio y turismo. (s.f.). *Fondo Nacional de Garantías S.A* . Obtenido de <https://www.fng.gov.co/sobre-el-fng/quienes-somos>

Portafolio. (27 de Enero de 2020). *Portafolio*. Obtenido de www.Portafolio.co: <https://www.portafolio.co/negocios/colombia-se-prepara-para-el-aumento-de-la-oferta-hotelera-537494>

PROCOLOMBIA. (s.f.). *PROCOLOMBIA, Exportaciones Turismo Inversión, Marca País*. Recuperado el 16 de 05 de 2020, de Colombia, Sitio Oficial de Turismo de la República de: <https://procolombia.co/>

Pyme, E. (2009). *Emprendepyme.net*. Recuperado el 16 de 04 de 2020, de Emprendepyme.net: <https://www.emprendepyme.net/sociedad-de-responsabilidad-limitada.html>

Varela, R. (2001). *Innovacion Empresarial - arte y ciencia en la creacion de empresas*. Pretice hall.

Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios: herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú: Nathan Associates Inc.